

**DATA MINING UNTUK MENENTUKAN MARKET STRATEGY CALON
MAHASISWA BARU MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI
(STUDI KASUS : UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO)**

ALYN NURMALA SARI

(Pembimbing : Amiq Fahmi, S. Kom., M.Kom.)

Sistem Informasi - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 112201405241@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) merupakan perguruan tinggi swasta terfavorit ketiga se-Indonesia, dimana calon mahasiswa baru mendapat informasi tentang UDINUS melalui media promosi. Faktor media promosi yang efektif di setiap kabupaten/kota sangatlah mempengaruhi minat calon mahasiswa dari MA/SMA/SMK dalam memutuskan untuk mendaftar ke perguruan tinggi. Maka tim promosi harus mengetahui media promosi mana saja yang lebih diminati oleh calon mahasiswa untuk meningkatkan jumlah calon mahasiswa yang mendaftar ke UDINUS. Namun dalam pelaksanaannya, belum diketahui media promosi mana yang lebih diminati sehingga belum ada media promosi yang diutamakan pada kabupaten/kota tertentu. Hal ini tentu akan memakan waktu dan biaya yang lebih banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media promosi mana yang diminati mahasiswa dari MA/SMA/SMK di kabupaten/kota tertentu. Oleh karena itu, digunakanlah metode data mining, yaitu association rules algoritma apriori untuk mengetahui keterkaitan antara program studi yang dipilih oleh mahasiswa dengan sekolah asal, kota sekolah calon mahasiswa dan media promosi yang diminati. Maka didapat hasil rule dengan masukan min support 0.5% dan confidence 50% sebanyak 8 rules. Dengan support terbesar 0.019 dan confidence 0.571, yaitu S1 Teknik Informatika SMA Semarang maka Media Elektronik. Dimana rule tersebut memiliki nilai Lift sebesar 1.41 yang artinya rule tersebut valid karena nilai liftnya > 1.

Kata Kunci : Data Mining, Association Rule, Algoritma Apriori, Strategi Pemasaran, Universitas Dian Nuswantoro, Calon Mahasiswa
xiv + 113 halaman; 6 gambar; 13 tabel; 2 lampiran
Daftar Acuan: 22 (2006 – 2016)

**DATA MINING FOR DETERMINING NEW STUDENT CAREER
MARKET STRATEGY USING APRIORI ALGORITHM
(CASE STUDY: UNIVERSITY DIAN NUSWANTORO)**

ALYN NURMALA SARI

(Lecturer : Amiq Fahmi, S. Kom., M.Kom.)

*Bachelor of Information System - S1, Faculty of Computer
Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 112201405241@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Dian Nuswantoro University (UDINUS) is the third favorite private university in Indonesia, where prospective students get new information about UDINUS through promotion media. Effective media promotion factors in each district / city greatly affect the interest of prospective students from MA / SMA / SMK in deciding to apply to college. So the promotion team should know which media campaigns are more interested by prospective students to increase the number of prospective students who apply to UDINUS. But in the implementation, it is not yet known which media campaigns are more desirable so there has been no media campaigns that are prioritized to certain districts / cities. This will certainly take more time and cost. This study aims to find out which promotional media are interested students from MA / SMA / SMK in certain districts / cities. Therefore, data mining method is used, namely association rules of a priori algorithm to know the relation between study program chosen by the student with the school of origin, the school of prospective student and the promotion media of interest. Then get the result rule with input min support 0.5% and confidence 50% counted 8 rules. With the biggest support 0.019 and confidence 0.571, namely S1 Informatics Engineering Semarang High School then Electronic Media. Where the rule has a Lift value of 1.41 which means the rule is valid because the value of the lift > 1.

Keyword : Data Mining, Association Rule, Apriori Algorithm, Marketing Strategy, Dian Nuswantoro University, Student Candidate
Xiv + 113 pages; 6 pictures; 13 tables; 2 attachments
Reference List: 22 (2006 - 2016)